

## 行為の強制

特定の機能へのアクセスに付随して、何かを強制的に行わせようとする。

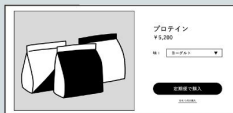


### 例) 強制登録、強制的情報開示

商品を開覧するだけでも、会員登録を求め、個人情報の開示を強制する。

## インターフェース干渉

情報を切り出したり、視覚的に特定の情報を目立たせたりすることで、企業にとって都合のよい行為の実行を促す。



### 例) 偽りの階層表示

商品購入画面において、「通常購入(1回だけの購入)」ではなく「定期購入」を初めから選択した状態にする。

## 執拗な繰り返し

企業にとって都合のよい行為を行うよう、消費者に繰り返し要請する。



### 例) 執拗な繰り返し

「はい」「あとで回答する」のように、拒否する選択肢がないポップアップを何度も表示する。

## 妨害

ある行為を諦めさせる意図で、タスクの流れやインタラクションを必要以上に困難にする。



### 例) 退会/解約困難

入会はウェブサイトでもできるが、退会は電話からだけにして受付時間も制限する。

## こっそり

消費者の意思決定に関連する情報を隠したり、偽装したり、告知を遅らせようとする。



### 例) 強制的継続

無料トライアル期間終了後、自動的に有料プランに移行する旨については、小さな文字で表示する。

## 社会的証明

事実または虚偽の他の消費者の行動を知らせることによって、意思決定に影響を与えようとする。



### 例) お客様の声

実際の利用者から得たのではない架空の「お客様の声」を表示する。

## 緊急性

実際または虚偽の時間的・量的制限を与え、商品を購入するようプレッシャーをかける。



### 例) 在庫わずか/大人気メッセージ

「在庫わずか」「大人気」などと表示し、商品の数量が限られていることを強調する。